



## **BAURAN PEMASARAN TEPUNG TAPIOKA CV. GARUDA MAS MARGOYOSO PATI**

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat  
untuk menyelesaikan jenjang pendidikan  
Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi  
Universitas Muria Kudus

Oleh :

**IMAM FAKHRUDDIN**

NIM 2011-11-096

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
2015**


# **BAURAN PEMASARAN TEPUNG TAPIOKA CV. GARUDA MAS MARGOYOSO PATI**


Skripsi ini telah disetujui dan dipertahankan dihadapan Tim Penguji Ujian Skripsi  
Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus

Kudus, .....

Mengetahui,  
Ketua ProDi



Pembimbing I


  
**Noof Azis, SE, MM**  
NIS. 0610701000001179

  
**Dr. Drs. Joko Utomo, MM**  
NIP. 0610702010101002

Mengetahui,  
Dekan

Pembimbing II

  
  
**Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM**  
NIS. 0610702010101021

  
**Fitri Nugraheni, S.E, MM**  
NIP. 0610701000001196

## MOTTO DAN PERSEMBAHAN

### MOTTO :

وَالْعَصْرِ ﴿١﴾ إِنَّ الْإِنْسَانَ لِفِي خُسْرٍ ﴿٢﴾ إِلَّا الَّذِينَ ءَامَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ

وَتَوَاصَوْا بِالْحَقِّ وَتَوَاصَوْا بِالصَّبْرِ ﴿٣﴾

Artinya : “Demi masa. Sesungguhnya manusia itu benar-benar dalam kerugian, kecuali orang-orang yang beriman dan mengerjakan amal saleh dan nasehat menasehati supaya mentaati kebenaran dan nasehat menasehati supaya menetapi kesabaran” (Q.S Al Ashr:1-3).

### PERSEMBAHAN :

1. Bapak Moh. Khoirul Anwar
2. Ibu Asmonah
3. Adikku Maila Shofa Maghfiroh, Nauval Himma Fahriyah
4. Penyemangatku Fitri Susi Susanti
5. Dosenku
6. Sahabatku-sahabatku seperjuangan
7. Pembaca dan pemerhati sekalian.

*Semoga amal dan perbuatan mereka mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Amin...*

## KATA PENGANTAR

*Bismillahirrahmanirrahim*

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya, sehingga pada kesempatan ini penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi yang berjudul **“BAURAN PEMASARAN TEPUNG TAPIOKA CV. GARUDA MAS MARGOYOSO PATI”**. Ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan jenjang pendidikan Strata Satu (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan dan saran-saran dari berbagai pihak, sehingga penyusunan skripsi ini dapat terealisasi. Untuk itu penulis menyampaikan terima kasih kepada :

1. Dr. H. Mochamad Edris, Drs, MM., selaku Dekan Universitas Muria Kudus
2. Noor Azis, SE, MM, selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muria Kudus yang telah merestui dalam pembahasan dan penyusunan skripsi ini.
3. Dr. Drs. Joko Utomo, MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
4. Fitri Nugraheni, S.E, MM., selaku Dosen Pembimbing yang telah bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan, pengarahan dalam penyusunan skripsi ini.
5. Para dosen dan staf pengajar di lingkungan Universitas Muria Kudus yang membekali berbagai pengetahuan, sehingga penulis mampu menyelesaikan penyusunan skripsi ini.

6. Ayah dan Ibu, yang senantiasa mendukungku secara langsung maupun tidak langsung telah membantu dalam penyusunan skripsi ini.
7. Sahabat-sahabatku yang secara langsung maupun tidak langsung telah membantu, baik moril maupun materiil dalam penyusunan skripsi ini. Dan semua pihak yang tak dapat disebutkan satu persatu.

Semoga amal baik beliau tersebut di atas dan juga semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan mendapatkan balasan pahala yang berlipat ganda di sisi Allah SWT. *Amien*.

Akhirnya penulis menyadari bahwa penyusunan skripsi ini masih jauh mencapai kesempurnaan dalam arti sebenarnya, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri dan para pembaca pada umumnya.

Kudus, 1 Mei 2015

Penulis,

**Imam Fakhruddin**  
NIM 2011 - 11 - 096



# **BAURAN PEMASARAN TEPUNG TAPIOKA CV. GARUDA MAS MARGOYOSO PATI**

**Imam Fakhruddin**

NIM 2011 - 11 - 096

Pembimbing : 1. Dr. Drs. Joko Utomo, MM  
2. Fitri Nugraheni, S.E, MM

**UNIVERSITAS MURIA KUDUS  
FAKULTAS EKONOMI PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

## **ABSTRAKSI**

Tujuan penelitian ini adalah (1) untuk mengetahui serta menganalisis bauran pemasaran tepung tapioka CV. Garuda Mas Margoyoso Pati. (2) untuk mengetahui serta menganalisis persaingan pemasaran tepung tapioka CV. Garuda Mas Margoyoso Pati.

Jenis penelitian ini adalah penelitian studi kasus dan lapangan (*case and field study*), merupakan penelitian dengan karakteristik masalah yang berkaitan dengan latar belakang dan kondisi saat ini dari subyek yang diteliti, serta interaksinya dengan lingkungan. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kualitatif. Obyek penelitian ini adalah bauran pemasaran tepung tapioka. Subyek dalam penelitian ini meliputi pengelola dan karyawan produksi tepung tapioka CV. Garuda Mas Margoyoso Pati. Sumber data dalam penelitian kualitatif meliputi sumber data primer dan sumber data sekunder. Teknik pengumpulan data menggunakan metode observasi, metode wawancara dan metode dokumentasi.

Bauran pemasaran tepung tapioka CV. Garuda Mas Margoyoso Pati adalah dengan menerapkan bauran pemasaran atau *marketing mix* yaitu *product* dengan memproduksi tepung tapioka kelas A dengan merek Ketjubung. *Promotion* yaitu dengan melakukan promosi baik di media cetak seperti Koran Jawa Pos maupun lewat radio serta media verbal yakni mulut ke mulut (MLM). *Price* yaitu dengan menetapkan harga jual sesuai dengan biaya operasional ditambah dengan keuntungan yang wajar yaitu dikemas dalam empat pilihan, 5kg, 10kg, 25kg dan 50 kg. Serta *place* atau distribusi, Garuda Mas mendistribusikan langsung sebagian besar tepung tapioka kepada perusahaan makanan yang menggunakan bahan dasar tepung tapioka dan ke pasar. Persaingan pemasaran tepung tapioka CV. Garuda Mas Margoyoso Pati terbilang sangat ketat mengingat dalam satu kecamatan banyak sekali usaha produksi tepung tapioka di kecamatan Margoyoso Pati, dalam hal produk dari enam Perusahaan kecil tepung tapioka di Kec.

Margoyoso, sama-sama memproduksi tepung tapioka kelas A, Sumber Murni, Dany Putera, Sinar Cerah, Daun Waru dan Garuda Mas. Persaingan kelima perusahaan tapioka adalah pada *pricing* atau harga per kilo gram dari tepung tapioka, ada yang Rp. 35.000, Rp. 32.000, Rp.31.000 dan Rp. 30.000/5kg.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Tepung Tapioka.

Daftar pustaka : 28 (tahun 1994-2014)



**MARKETING MIX FLOUR TAPIOKA CV. GARUDA MAS  
MARGOYOSO PATI**

**Imam Fakhruddin**

NIM 2011 - 11 - 096

Adviser : 1. Dr. Drs. Joko Utomo, MM  
2. Fitri Nugraheni, S.E, MM

**UNIVERSITY OF MURIA KUDUS  
STUDY PROGRAM MANAGEMENT FACULTY OF ECONOMICS**

**ABSTRACT**

*The purpose of this study were (1) to determine and analyze the marketing mix starch CV. Garuda Mas Margoyoso Pati. (2) to assess and analyze the marketing competition tapioca starch CV. Garuda Mas Margoyoso Pati.*

*This research is a case study and field (case and field study), is a research with the characteristics of the problems associated with the background and the current state of the subject under study, as well as its interaction with the environment. The approach used in this study is a qualitative approach. Object of this research is the marketing mix of tapioca flour. The subjects in this study include managers and employees CV tapioca starch production. Garuda Mas Margoyoso Pati. Sources of data in qualitative research include the source of primary data and secondary data sources. Data collection technique used observation, interview and documentation methods.*

*Marketing mix CV. Garuda Mas Margoyoso Pati tapioca flour is by applying the marketing mix or marketing mix is product by producing tapioca flour grade A brand Ketjubarung. Promotion is by doing good promotions in print media such as newspapers and radio Jawa Pos and verbal media namely mouth (MLM). Price is the sale price set in accordance with the operating costs plus a reasonable profit that is packaged in four options, 5kg, 10kg, 25kg and 50 kg. As well as the place or distribution, directly Garuda Mas distribute most of the starch to the food companies that use basic ingredients tapioca starch and to the market. CV tapioca flour marketing competition. Garuda Mas Margoyoso Pati fairly tight considering in one district a lot of effort tapioca starch production in the district Margoyoso Pati, in terms of the product of six small company tapioca flour in the district. Margoyoso, equally produce tapioca starch grade A, Pure*



*Source, Dany Son, Bright Light, Leaf Waru and Garuda Mas. The fifth competition tapioca company is on pricing or price per kilo gram of starch, there is Rp. 35,000, Rp. 32,000, and Rp.31.000 Rp. 30,000 / 5kg.*

*Keywords: marketing mix, flour tapioka.*

*Bibliography: 28 (years 1994-2014)*



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	i
<b>HALAMAN PENGESAHAN .....</b>	ii
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	iii
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	iv
<b>ABSTRAKSI.....</b>	v
<b><i>ABSTRACT</i> .....</b>	vi
<b>DAFTAR ISI.....</b>	x
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	xiii
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	xiv
 <b>BAB I : PENDAHULUAN</b>	
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Ruang Lingkup .....	6
1.3. Perumusan Masalah .....	7
1.4. Tujuan Penelitian .....	7
1.5. Manfaat Penelitian .....	7
 <b>BAB II : TINJAUAN PUSTAKA</b>	
2.1 Pemasaran .....	9
1. Pengertian Pemasaran .....	9
2. Kompetensi Bidang Pemasaran Perusahaan .....	16
3. Tipe Perusahaan Berdasarkan Segi Penguasaan Pangsa Pasar .....	17

2.2 Bauran Pemasaran.....	18
1. Pengertian Bauran Pemasaran.....	19
2. Unsur Bauran Pemasaran .....	20
3. Evolusi Faktor Bauran Pemasaran ( <i>Marketing Mix</i> ).....	24
2.3 UMKM (Usaha Mikro Kecil dan Menengah).....	26
1. Usaha Mikro.....	26
2. Usaha Kecil .....	27
3. Asas dan Tujuan Usaha Mikro dan Kecil .....	29
4. Perbedaan Usaha Mikro dan Usaha Kecil.....	30
2.4 Hasil Penelitian Sebelumnya .....	31
2.5 Kerangka Pemikiran Teoritis .....	34

### **BAB III : METODE PENELITIAN**

3.1. Rancangan Penelitian .....	35
1. Jenis Penelitian .....	35
2. Obyek Penelitian.....	36
3. Subyek Penelitian .....	36
4. Waktu Penelitian.....	36
3.2. Jenis dan Sumber Data .....	37
1. Data Primer .....	37
2. Data Sekunder.....	37
3.3. Pengumpulan Data .....	38
1. Metode Observasi .....	38
2. Metode Wawancara ( <i>interview</i> ).....	39
3. Metode Dokumentasi.....	40
3.4. Uji Keabsahan Data.....	41
3.5. Analisis Data .....	42

1. Reduksi Data ( <i>Data Reduction</i> ).....	42
2. Penyajian Data ( <i>Data Display</i> ).....	42
3. Verifikasi ( <i>Verification / Conclusion Drawing</i> ).....	43

#### **BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN ANALISIS**

4.1. Gambaran Umum CV. Garuda Mas Margoyoso Pati .....	44
1. Aspek Teknis dan Teknologi Usaha Tepung Tapioka.....	44
2. Aspek Manajemen .....	53
4.2. Hasil Penelitian .....	59
1. Bauran Pemasaran Tepung Tapioka CV. Garuda Mas Margoyoso Pati.....	59
2. Persaingan Pemasaran Tepung Tapioka CV. Garuda Mas Margoyoso Pati.....	65
4.3. Analisis.....	67
1. Bauran Pemasaran Tepung Tapioka Cv. Garuda Mas Margoyoso Pati.....	67
2. Persaingan Pemasaran Tepung Tapioka Cv. Garuda Mas Margoyoso Pati.....	74

#### **BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN**

5.1. Kesimpulan .....	77
5.2. Saran .....	78

#### **DAFTAR PUSTAKA**

#### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1 Karakteristik-karakteristik Utama dari Usaha Mikro dan Usaha Kecil .....	30
Tabel 4.1 Standar mutu tapioka (SNI 01-3451-1994) .....	70





## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 <i>Marketing Mix</i> .....	20
Gambar 2.2 Kerangka Berpikir Peneliti ..... 34	34
Gambar 4.1 Pengupasan .....	49
Gambar 4.2 Pencucian .....	49
Gambar 4.3 Pemerasan .....	51
Gambar 4.4 Pengendapan .....	51
Gambar 4.5 Pengeringan.....	52
Gambar 4.6 Penepungan .....	52
Gambar 4.7 Tapioka Merek Ketjubung .....	60

